

젊음추구가 외모관심과 외모관리행동에 미치는 영향 -중년여성을 중심으로-

전 지 현[†]

충남대학교 의류학과

Influence of Youth-Pursuing on Appearance Concern and Appearance Management Behavior -Focus on Middle-Aged Women-

Ji-Hyun Jun[†]

Dept. of Clothing & Textiles, Chungnam National University
Received May 23, 2014; Revised June 17, 2014; Accepted July 11, 2014

Abstract

The interest and importance of appearance can be expanded by changes in social awareness about appearance, the extension of life expectancy, and the development of science, technology and technology and medicine. Especially, down-aging syndrome through a variety of mediums, amplifies consumer's interest in youth-pursuing. This study discusses the relationship of youth-pursuing, appearance concern and appearance management behavior focused on the middle-aged. Data were collected from 300 females aged 40-65 in the areas of Seoul, Daejeon and Chungbuk areas. The data were analyzed by descriptive statistics, factor analysis, regression analysis, using the SPSS-WIN 20.0 program. Youth-pursuing formed social, psychological, and appearance factors. Each of these three dimensions influenced the appearance concern; consequently, appearance had the highest influence. Only appearance influenced appearance management behavior in the regression analysis of youth-pursuing and appearance management behavior. Appearance concern affected significantly appearance in the management behavior of the dimension regression analysis results for the appearance concern and appearance management behavior.

Key words: Youth-pursuing, Appearance concern, Appearance management behavior, Middle-aged women; 젊음추구, 외모관심, 외모관리행동, 중년여성

I. 서 론

사회, 문화적 변화는 여성의 사회참여를 증가시키고

과학기술 및 다양한 미디어의 확산으로 외모에 대한 관심과 중요성은 과거에 비해 더욱 커지게 되었다. 이로 인하여 외모가 곧 경쟁력이 된다는 사회적 인식이 남녀노소 전 계층으로 확산되었으며, 인터넷과 미디어에서 유행한 얼짱몸짱 신드롬과 함께 최근에는 동안(童顏)열풍이 가장 큰 이슈 중 하나로 떠오르게 되었다. 이러한 현상은 외적인 아름다움에 대한 소비자의 열망이 구체적인 행동으로 표현되어 나타난 것으로 외모 관련 산업을 급

[†]Corresponding author

E-mail: nicola2008@naver.com

본 논문은 2012년 정부(교육부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2012S1A5B5A07036545).

속도로 팽창시킨 결과를 초래하게 되었다. 이는 단순히 외모의 아름다움만을 증가시키는 1차적 의미뿐 아니라 평균 수명 증가로 인한 노년층의 사회참여 확대라는 사회경제적 구조변화와 더불어 젊음과 건강이라는 2차적 의미 확장으로 관련 산업은 급속한 성장을 이루게 되었다.

인간의 젊어지고자 하는 욕구는 비단 요즘의 일만은 아니나 과거에 비해 발달한 의료의약기술과 성형에 대한 사회적 인식의 변화, 뷰티 관련 산업의 발달 등으로 욕구를 발현할 수 있는 수단들이 보다 다양해졌다. 이러한 젊음추구로 인해 나타난 동안얼푼은 디지털 문화, 대중매체의 영향, 저출산·고령화와 같은 사회구조의 변화, 이상적 미에 대한 가치관의 변화 등에 의한 것으로 여성의 소비행동에도 많은 변화를 야기시켰다(N. H. Kim, 2010). 10~20대 젊은 층이 외모의 아름다움을 추구하는 성향이 크다면, 나이가 들면서는 아름다움 추구도 중요하나 젊음을 유지하거나 나이에 비해 더욱 젊어 보이고 싶은 욕구가 커지게 된다. 특히 경제적 능력을 갖춘 30~40대의 나옴이족이나 40~50대의 루비족은 나이보다 젊은 감각을 유지하기 위해 자신을 가꾸고 계발하는데 아낌없는 투자를 하는 특징을 갖고 있다(Jun, 2010). 또한 본인 스스로가 젊다고 인식하고 젊게 살아가고자 하는 삶의 태도는 개인의 생활 전반에 영향을 미치며, 특히 외모 관련 소비생활에 많은 영향을 미치게 되었다.

소비자의 젊음추구와 관련한 연구들은 대체로 인지연령(cognitive age)과 함께 자신의 연령을 실제보다 젊게 지각하고 있는 정도를 의미하는 차이연령(age differential) 또는 젊음연령(youth age)과 관련하여 이루어져 왔다(Barak & Gould, 1985; Barak & Schiffman, 1981). 이러한 관점은 연령이라는 맥락에서 개인의 단순한 지각 정도를 파악하는 것으로 본래의 인간이 누리하고자 하는 젊음추구라는 내적 상태에서의 변화된 소비행동에 대한 논의를 이끌기에는 부족한 부분이 있다. 또한 여성의 아름다움과 외모에 관한 연구는 주로 젊은 여성들에게 초점을 맞추고 있어 중년여성들의 외모 관련 연구는 부족한 실정이다(Song, 2012). 특히 최근 들어 연령에 상관없이 외모를 가꾸어 젊어 보이고자 하는 현상들이 폭발적으로 나타나면서 중노년여성들의 젊음추구에 대한 연구가 요구되는 시점에 이르렀다. 따라서 본 연구에서는 중년여성들을 대상으로 젊음에 대한 사회적 미의식과 가치관의 변화에 따른 소비자의 젊음추구가 외모에 대한 관심 및 외모관리행동에 어떠한 영향을 미치고 있는지를 알아보고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 젊음추구

젊어지고자 하는 열망은 인간 본연의 욕구이면서 동시에 현재 전 세계적인 글로벌 트렌드가 되었다(Barak et al., 2001). 우리나라의 경우 평균 수명 연장으로 고령화 사회에 진입하게 되면서 젊음에 대한 관심과 노력 및 관련 산업은 급속하게 확장되고 있는 실정이다. 이러한 시기에 놓여있는 50대 이상의 중년여성들은 젊음을 관리, 증명, 주장해야 하는 사회적 압력 속에 있으며(Jun, 2012), 젊은 세대 못지않게 미에 대한 관심이 높다. 또한 이들은 젊어 보이기 위해 노력하며 젊은이처럼 행동하고자 하는 연소화(down-aging)에 대한 욕구도 높다(Im & O, 2010).

일반적으로 중년기는 40세에서 60세(혹은 65세)까지의 시기로 연구자에 따라 다소 차이가 있기는 하지만(Cha et al., 2007), 사회적, 심리적, 생리적으로 많은 변화를 겪게 되는 시기라 볼 수 있다. 노화라는 신체적 변화를 겪게 되는 중년여성의 경우에는 외모에 대한 불만이 스트레스가 되어 이를 감소시키고자 다양한 외모관리행동을 하게 된다. 특히 우리나라의 경우 외모에 대한 사회, 문화적 가치를 중시하는 사회적 흐름으로 인하여 여성이 나이 들고 늙는 것에 대한 두려움과 상실감을 크게 느끼는 경향이 있다. 실제로 20, 30대 여성을 대상으로 FGI한 결과, 나이 들어 외모를 가꾸지 않는 것을 추하다고 인식하고 있어 사회적 관계에서도 젊어보이는 것, 외모를 관리하는 것이 긍정적으로 작용하고 있는 것으로 나타났다(Kim & Lee, 2012). 따라서 신체의 변화에 대하여 보다 민감하게 반응하고 젊음과 건강을 유지하고자 하는 관심과 노력의 일환으로 외모와 체중 조절, 의복, 미용성형에 관심이 집중되고 있는 것이다(An, 2007; Jeon & Chung, 2010; J. Y. Lee, 2003).

Woo and Park(2008)의 연구에 따르면, 45~54의 영실버계층과 55~64의 실버계층 여성의 경우 경제적, 시간적인 여유가 과거에 비해 많아져 삶을 보다 풍요롭게 즐기고자 하는 특성과 나 자신을 위한 과감한 투자가 늘어난 소비행동을 나타내고 있다고 하였다. 또한 50대 베이비붐 세대로 종전 시니어 세대와 다른 소비행태를 나타내는 뉴시니어 세대는 신체적, 정신적 ‘젊음’을 중요시하며, 30~40대 상푼처럼 젊은 감각이 돋보이는 제품을 선호하는 것으로 나타났다(An, 2011). 뿐만 아니라 베이비붐 세대의 중년여성을 대상으로 삶에서 추구하

는 가치를 연구한 Lee and Kim(2012)에 따르면, 현상의 발생을 이끄는 선행조건 중 하나로 패션에 대한 의식을 설정하였으며, ‘젊음과 건강을 위한 노력’을 목적지향적인 의도적 행위로 설정하였다. 이러한 결과로 볼 때, 중년여성에게 있어 패션과 젊음을 위한 노력 즉 외모와 관련된 부분은 삶에 있어서 매우 중요한 부분을 차지하는 요소라고 할 수 있다. Kim(2006)의 연구에서도 선행연구들을 종합한 결과 55세 이상의 뉴실버 세대가 의복에 대하여 관심이 높으며, 젊고 활동적인 라이프스타일로 변화되어가고 있다고 밝혀 외모에 대한 관심과 젊게 생활하고자 하는 현상이 보편화된 트렌드로 자리 잡고 있음을 알 수 있었다.

그러나 젊음을 위해 기울이는 노력은 비단 외모 때문만은 아니다. Song(2012)에 의하면, 나이가 들어감에 따라 느끼는 부정적 인식으로 인해 외모에 관심을 갖고 외모를 가꾸게 됨을 지적하였다. 이는 젊음은 곧 아름다움이라는 인식과 함께 미에 대한 대중매체의 영향으로 사회적으로 나이 들어 가꾸지 않는 것이 추하고 타인에게 혐오감을 주는 것이라는 인식이 보편화되었음을 나타내는 결과라 할 수 있다. 또한 젊음을 유지하는 것이 능력 있고 당당한 이미지의 개념 중 하나로 나타나(Kim & Lee, 2012) 젊음추구에 대한 사회적 압력이나 요구가 존재하며, 이러한 영향으로 인한 심리적 변화가 나타날 수 있음을 시사하고 있다.

2. 외모관심

외모관심이란 외모를 보다 매력적으로 보이기 위해 의복이나 장신구, 메이크업, 헤어스타일, 성형수술 등에 대하여 지속적으로 흥미를 가지는 정도를 말하며, 연령에 상관없이 나타난다(Cox & Glick, 1986; Lee & Lee, 1997). 외모는 성, 나이, 문화, 계층, 직업, 소속집단, 사회적 역할, 성격, 대인관계, 태도, 감정 등에 대한 정보원으로 사용되고 있으며(Kim, 2011), 외모에 대한 사회, 문화적 태도의 내면화와 인식은 여성들로 하여금 외모관리행동을 유발시킨다(Hong, 2006; Lennon et al., 1999). 또한 외모는 개인의 성격이나 개인에 대한 정보를 전달하는 매개체로서의 역할뿐 아니라 최근에는 외모를 성공을 위한 중요한 수단으로 생각하는 인식이 확산되면서 외모에 대한 관심과 적극적 관리행동이 늘어나고 있는 추세이다.

특히 중년여성의 경우 신체적, 정신적, 사회적으로 많은 변화를 경험하는 시기로 체형의 변화, 피부손상, 주

름살 증가 등의 신체적 노화를 거치면서 외모에 많은 변화를 겪게 된다(Hurlock, 1978; Jeon & Chung, 2010). 신체적 노화로 인해 생기는 신체 관련 스트레스 중 주름살이나 잡티 증가, 피부처짐과 같은 얼굴 관련 스트레스는 외모관심에 영향을 미치는 것으로 나타나(Jeon & Chung, 2010) 중년기는 외모에 대한 관심과 젊어보이고자 하는 욕구가 강해지는 시기라 할 수 있다.

중년여성(40~64)을 대상으로 한 Jeon and Chung(2010)의 연구나 60대 이상을 대상으로 한 Im and O(2010)의 연구결과, 외모관심이 높을수록 외모관리행동을 더 많이 하는 것으로 나타났다. 55세 이상의 중상층 여성의 라이프스타일을 분석한 Shin et al.(2003)의 연구결과에서도 외모지향의 평균값(M=3.88)이 가장 높게 나타나 노년기 여성소비자들도 외모에 대한 관심이 높고 이와 관련된 활동을 중시하는 것으로 나타났다. 또한 노년기 여성을 대상으로 한 Lee and Lee(1997)의 연구에서는 의복에 대한 관심과 신체장식은 자신감에 직접적인 영향을 미치고 있는 것으로 나타났으며, 특히 의복관심이 노년기 여성의 자신감에 큰 영향을 주는 변수인 것으로 나타났다.

따라서 연령대에 상관없이 대부분의 여성소비자는 외모에 대하여 관심이 있거나 혹은 외모와 몸매관리에 대한 관심이 높은 사람은 자신의 신체를 보다 매력적으로 보이기 위해 노력하며, 의복이나 신체장식을 통해 사회적으로 인정받고자 하는 특성을 갖는다고 볼 수 있다(Kim et al., 2001).

3. 외모관리행동

현대 사회에서 사람을 평가하는 기준으로 외모에 대한 중요성이 증가하면서(Rudd & Lennon, 1994) 피부관리, 유행의복착용, 다이어트, 헬스, 성형수술 등을 통한 외모관리행동으로 개인의 외모경쟁력을 높이하고자 하는 현상이 증가하고 있다. 특히 사회적 미의 기준은 시대와 상황에 따라 끊임없이 변화되므로 자신의 외모에 대한 콤플렉스와 스트레스를 줄이고 이상적인 미의 기준에 부합되기 위해서는 지속적인 외모관리가 필요하다(Myerson, 1955).

선행연구들을 종합해 볼 때, 일반적인 외모관리의 범위는 크게 얼굴부분과 체형부분으로 나눌 수 있으며, 얼굴부분에는 화장, 헤어, 피부 등이 포함되며, 체형부분에서는 다이어트, 체중관리, 운동, 의복 등이 포함되고 있다. 여기에 적극적 외모관리방법인 성형수술이 포함

되기도 한다(Jeon, 2010; Lee & Ku, 2009).

얼굴은 인간의 신체부위 중 자신의 이미지를 만들어 가며 대인관계에서 전체적인 인상을 결정하는 중요한 부분으로(Hassion & Trope, 2000) 시대와 문화적 맥락에 따라 미의 기준은 변한다. 따라서 여성의 경우 자신의 외모 중 특히 얼굴을 보다 아름답게 가꾸기 위해 피부관리, 메이크업, 헤어관리를 하는 것으로 나타나고 있다. 패션제품은 가시성이 높은 상징물로 성별, 나이, 직업과 같은 인구통계적 특성이나 개인의 성격 및 가치관 등의 심리적 특성을 나타낼 수 있는 도구로 첫인상을 결정짓는데 중요한 단서로 작용하고 있다. 또한 패션제품은 신체 이미지를 증가시키는 유용한 도구로 활용되고 있기 때문에 중년여성에게는 젊어 보이기 위한 수단으로 이용되기 쉬운 외모관리방법이라고 할 수 있다. 뿐만 아니라 자신의 체형에 맞도록 장점은 강조하고 결점을 보완할 수 있는 다양한 패션스타일을 선택할 수 있어 폭 넓은 외모관리행동이 가능하다. 운동이나 다이어트와 같은 체형관리와는 달리 짧은 시간에도 변화된 모습을 얻을 수 있어 중년여성이 젊어 보이기 위한 수단으로 많이 사용될 것으로 판단된다.

따라서 본 연구에서는 신체를 더욱 매력적으로 보이기 위한 외모관리행동으로 주로 가시성이 높은 행동만을 선택하여 살펴보고자 한다. 이에 대한 범주로 얼굴부분에서는 피부관리, 메이크업, 헤어관리행동으로 한정하며, 체형부분에서는 패션제품(의복 및 악세사리)을 이용한 외모관리행동만을 포함시키고자 한다. 다이어트나 운동의 경우에는 단시간 내에 눈에 띄는 가시적 효과를 얻기 어려우며, 건강 때문에 이행되는 경우도 많기 때문에 젊음추구와의 관련성이 보다 높다고 판단되는 패션제품 이용으로 한정하고자 한다.

1) 패션제품

중년여성의 패션에 대한 흥미나 태도 등은 연령에 관계없이 젊었을 때와 거의 같으나 의복행동은 젊은 연령대의 소비자와는 다른 경향을 나타낸다(Kennedy, 1981). 일반적으로 중년기에 접어들면 경제적으로 여유가 생기고 여가시간이 많아져 자신의 부와 신분을 표현할 수 있는 패션에 대한 관심이 커지게 된다. 또한 체형의 변화로 결점을 보완해줄 수 있는 의복작용이 증가하여 의복에 대한 의존도가 더욱 높아지게 된다(Shim & Park, 2007). Kim and Kahng(1992)의 연구에서도 중년여성은 신체변화와 노화로 인해 겪게 되는 스트레스를 해소하고 이상적인 외모를 가꾸기 위한 수단으로 의복에 대하

여 관심을 갖게 된다고 하였다. 따라서 의복을 통해 자신의 신체적 결함을 보완하고 자신의 외모를 더욱 돋보이도록 할 뿐 아니라 심리적 만족감 및 자신감을 향상시킬 수 있는 수단으로 활용할 수 있다(Shim & Park, 2007).

Lee and Ahn(2005)의 연구에 의하면, 노년기 여성일지라도 연령이 낮고 건강할수록 외모관심이나 장식이 높으며, 외모관심이나 장식행동이 높을수록 자신의 현재 삶에 대하여 긍정적인 태도를 갖는 것으로 나타났다. 중년여성의 경우 자신을 젊게 인지할수록 패션에 보다 관심이 많으며(Wilkes, 1992), 쇼핑하기를 좋아하고, 외모에 대한 관심이 높으며, 젊게 보이는 의복 및 패션에 관심이 많은 것으로 나타났다(Jung & Park, 1996; Smith & Moschis, 1984). Hong(2010)의 연구에서도 중년여성의 젊음추구의복행동에는 TV미디어관여도와 차이연령이 정(+)의 상관성을 갖고 있어 실제나이보다 스스로 젊게 인지할수록 젊음추구의복행동이 많이 나타나고 있었다.

2) 메이크업

젊고 어려보이는 것이 이상적 미의 기준으로 자리 잡게 되면서 안티에이징(anti-aging)과 다운에이징(down-aging)이 주요 트렌드로 부상하여 화장품 산업에서 안티에이징 제품은 매년 30% 이상의 매출 증가세를 나타내고 있다(An, 2011). 특히 한국 여성의 72.2%는 피부노화 흔적을 발견하는 순간 맨 먼저 안티에이징 화장품 구입을 떠올리며, 실제 구입도 73.2%에 달했다(“안티에이징 [Anti-aging]”, 2010). 즉 안티에이징 케어의 가장 손쉬운 방법으로 화장품을 이용하고 있으며, 효과를 경험한 65.4% 중 안티에이징 화장품을 통해 피부탄력 강화(33.6%), 생기 있는 피부(28.9%), 잔주름 제거(28.7%)로 인해 어려보이는 효과를 경험하였다고 응답하였다. 외모에 대한 사회적 요구도와 관심의 증가로 젊음을 유지하거나 노화를 방지하는 기능을 갖는 다양한 화장품이 등장하였으며(“안티에이징 [Anti-aging]”, 2010), 기능성 화장품 사용도에 따라 집단을 구분한 Lee and Park(2000b)의 연구에서 노화·미백·슬립제품 사용형(22.0%)은 외모에 관심이 높고, 화장품 구매시 노화기능과 미백기능을 가장 중시한다고 하였다. 특히 이 집단에는 40대의 비율이 가장 높아 이 연령대의 여성들이 노화를 지연시키고 현재의 젊은 상태를 유지하고자 하는 성향이 강하게 나타나고 있음을 추측할 수 있다.

외모관심이 높은 여성일수록 화장을 많이 하는 경향이 있으며(Lee & Park, 2000a), 현대에는 남성들도 자신

의 결점을 커버하기 위해 화장을 하기도 한다. 화장은 개인의 결점을 커버하면서 동시에 자신의 개성을 보다 돋보이게 부각시키는 자기표현의 수단으로 사회가 요구하는 이상적 외모조건에 가까워지게 하는 수단 중 하나이다(An, 2007). 화장을 한 여성은 그렇지 않은 경우보다 더 매력적이고, 더 여성적이며, 더 섹시하게 지각되는 것으로 나타났다(Graham & Jouhar, 1981). 또한 젊은 여성들도 화장을 통해 대인관계에 자신감이 생기고 당당해짐을 경험하기도 한다(Kim & Lee, 2012). 화장은 단순히 아름다움을 표현하는 것뿐 아니라 직업이나 신분, 나이, 상황이나 의복을 더욱 돋보도록 표현할 수 있는 수단이 되어 개인의 이미지를 개선하거나 더 좋은 인상을 형성시킬 수 있는 수단이 될 수 있다(Jeong, 2008). 뿐만 아니라 화장은 노년기 여성에게 심리적 안정감 및 사회적 적응을 좋게 하는 수단으로도 사용된다(W. J. Lee, 2003).

3) 피부관리

피부가 나이, 건강, 외적 매력을 평가하는 중요한 기준으로 작용하게 되면서 피부미용에 대한 개념이 치장에서 건강, 젊음으로 변화하게 되었다(Kang, 2012). 인간은 나이가 들면서 신체적 능력이 크게 떨어져 중년여성의 경우 주름 증가와 기미, 여드름, 검버섯과 같은 잡티 증가, 보습력 저하 등의 고민거리가 늘어나게 된다(Kang, 2004). 피부관리는 젊고 아름다운 얼굴을 가꾸기 위해 선택하는 가장 기본적인면서도 중요한 외모관리행동 중 하나이며, 동시에 여성들이 가장 많이 선택하는 외모관리행동 중 하나인 것으로 나타났다(Jeon, 2010; Shin, 2009). 또한 최근 동안열풍으로 생얼의 피부미인에 대한 사회적 미의 기준이 형성됨에 따라 피부관리에 대한 중요성이 증대되었다. 주로 회고, 매끄러우며, 주름살이 없는 피부로 가꾸기 위해 부단한 노력을 기울이고 있으며, 이러한 열망은 일시적 보정효과를 얻기 위한 시술뿐 아니라 피부에 대한 근본적인 개선추구를 위한 노력으로 확대되어 중년층의 거의 절반 정도가 피부노화 방지를 위해 병원을 방문하기도 하는 현상이 나타나고 있다(“올해 해 여자들의 시선 [Attention of women in this year]”, 2007).

Jeon and Chung(2010)의 연구에 의하면, 중년여성들의 경우 외모에 대한 관심이 높을수록 피부관리, 헤어관리, 미용성형, 기능성 화장품, 헬스/요가 순으로 외모관리행동이 높은 것으로 나타났다. 뿐만 아니라 중년여성의 정신건강 측면에서도 피부건강관리행동은 효과적

인 것으로 나타나고 있다(Field & Grizzle, 1996). 그러나 피부관리는 패션제품과 같은 가시적인 제품의 구매와 같이 손쉽게 획득되어지는 것이 아니라 장기간에 걸쳐 지속적인 노력을 기울여야 획득될 수 있기 때문에 외모에 대한 관심에 따라 관리행동에 차이가 있을 것으로 사료된다.

4) 헤어관리

인상형성을 좌우하는 변인으로 헤어스타일에 대한 중요성에 대하여 La(1989)는 자신의 이미지를 다르게 보이게 할 때 의복보다 헤어스타일의 변화를 더욱 강조하였다. 헤어스타일은 개인의 이미지를 형성하고 작은 변화로도 다른 이미지를 창출할 수 있으며, 다양한 변인이 가능한 부분이다(Cho, 1999; Kwak & Lim, 1999). 특히 중년여성의 경우 나이가 들면서 머리카락 탄력의 저하, 푸석거림, 탈모로 인한 헤어 볼륨감 감소, 흰머리 증가 등으로 실제나이보다 더 나이 들어 보이는 경우가 많이 생긴다. 이러한 이유로 인해 중년여성들이 가장 많이 하는 외모관리행동은 헤어관리인 것으로 나타났다(Jeon & Chung, 2010), 이는 다른 방법보다 보편적으로 행해지고 있는 외모관리행동이다. 이와 같은 결과는 60대 이상 여성들을 대상으로 한 Im and O(2010)의 연구에서도 나타나는데, 전반적 외모관심이 높을수록 헤어에 대한 관심이 높은 것으로 나타났다. 이는 헤어에 볼륨감을 주고 모발색상에 변화를 주어 얼굴을 더욱 작아보이도록 하거나 컬러를 선명하게 하여 손쉽게 젊어 보이는 효과를 얻을 수 있기 때문인 것으로 파악된다.

III. 연구방법

1. 연구문제 및 연구모형

본 연구에서는 중년여성들의 젊음추구가 외모에 대한 관심 및 외모관리행동에 어떠한 영향을 미치는지를 알아보기 위하여 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

연구문제 1. 젊음추구가 외모관심에 미치는 영향을 알아본다.

1-1. 젊음추구의 하위차원을 알아본다.

1-2. 젊음추구요인이 외모관심에 미치는 영향을 알아본다.

연구문제 2. 젊음추구가 외모관리행동에 미치는 영

향을 알아본다.

- 2-1. 외모관리행동의 하위차원을 알아본다.
- 2-2. 젊음추구요인이 외모관리행동에 미치는 영향을 알아본다.

연구문제 3. 외모관심이 외모관리행동에 미치는 영향을 알아본다.

2. 측정도구

본 연구를 위하여 설문지를 이용한 자료수집이 이루어졌으며, 각 질문의 문항들은 선행연구를 통해 수집된 자료와 표적집단면접(FGI: Focus Group Interview)을 통해 추출된 내용을 분석하여 체계화시킨 후 설문지에 사용될 문항들을 구성하였다. FGI는 피부미용, 패션 등 관련된 산업에 종사하는 중년여성 집단(5명)과 일반 중년여성 집단(5명)의 두 집단을 대상으로 실시하였으며, 젊어 보이는 것에 대한 태도, 젊어보이기 위해 하는 노력 및 나이보다 젊어보임으로 얻는 혜택 등과 같은 전반적인 젊음추구에 대한 질문을 하였으며, 질문 이외에도 응답자의 반응에 따라 즉각적인 질문이 이어지기도 하였다.

1) 젊음추구

젊음추구에 관하여 FGI를 한 결과 단순히 외모를 젊어 보이기 위한 것뿐 아니라 사회적, 심리적 요인에 의한 젊음추구가 나타나고 있음을 발견할 수 있었다. FGI를 통해 도출된 내용을 바탕으로 연구자가 개발한 문항으로는 ‘나이에 비해 예쁘다는 말을 듣고 싶어서’, ‘삶의 자신감을 주기 때문’, ‘능력있어 보여서’, ‘내 자신이 무기력해지는 게 싫어서’, ‘다른 사람들이 나를 보다 긍정적으로 평가하기 때문’ 등이 있다. 또한 Kim and Lee(2012)와 Lee and Kim(2012)의 선행연구의 내용들을 바탕으로 하여 문항들을 재구성하여 총 16문항을 구성하였다.

2) 외모관심

외모관심은 Cash(1990), Hong et al.(2007), Kim and Kim(2007)의 선행연구를 바탕으로 하여 총 13문항으로 구성하였다.

3) 외모관리행동

외모관리행동은 선행연구들(Jeon, 2010; Lee, 2012)을 바탕으로 하여 패션, 메이크업, 피부관리, 헤어의 4가지 영역이 포함되도록 총 13문항으로 구성하였다. 패션은 의복 및 패션소품, 악세사리를 모두 포함하였으며, 메이

크업은 노화방지를 위한 기능성 화장품의 사용 및 일반적인 메이크업을 모두 포함하는 것으로 정의하였다. 피부관리 및 헤어관리는 피부와 헤어관리를 위한 제품 사용 및 전문적인 관리실의 이용을 포함하는 것으로 내용을 구성하였다.

3. 조사대상 및 자료수집

본 조사에 앞서 2013년 7월 10일에서 7월 13일 사이에 40대 이상 여성 50명을 대상으로 예비조사를 실시하였다. 예비조사 결과 설문문항들의 적절성과 적합성을 검토하고 문항의 내용이 모호하거나 응답하기에 적절치 않은 문항들을 수정하여 최종 설문지에 사용될 항목들을 도출하였다. 이를 바탕으로 본 연구에 적합한 40세 이상 65세 이하의 중년여성을 조사대상으로 선정하였으며, 서울, 대전, 충북지역에 거주하는 여성소비자를 편의 표집하였다. 조사기간은 2013년 7월 22일부터 8월 31일까지 조사가 실시되었으며, 총 300부의 설문지를 배포하여 275부가 회수되었다. 회수된 설문지 중에서 불성실하게 응답하였거나 무응답 처리가 된 자료들을 제거하고 최종 231부가 실증적인 연구분석을 위해 사용되었다. 자료분석은 SPSS WIN 20.0, AMOS 20.0을 사용하여 기술통계분석, 요인분석, 신뢰도 분석, 회귀분석 등을 실시하였다.

4. 조사대상자의 일반적 특성

최종 분석에 사용된 조사대상자의 일반적인 특성을 살펴보면, 40대가 103명(44.6%), 50대 104명(45.0%), 60대 24명(10.4%)로 40대와 50대가 대부분을 차지하고 있었다. 대부분이 기혼(218명, 94.4%)이었으며, 고졸 이하의 학력이 88명(38.1%)로 가장 많았고, 전문대 졸업과 대학 졸업이 65명(28.1%)로 동일한 비율을 나타냈다. 대학원 졸업 이상은 13명(5.6%)를 차지하였다. 직업은 가정주부가 102명(44.2%)으로 가장 많은 비율을 차지하고 있었으며, 자영업이 47명(20.3%), 전문기술직과 기타 직업이 각각 24명(10.4%)으로 동일하였고, 전문직이 18명(7.8%), 사무직이 16명(6.9%)로 나타났다. 수입은 200만원 이상~400만원 미만인 79명(34.2%)로 가장 많았고, 400만원 이상~600만원 미만인 69명(29.9%), 200만원 미만인 37명(16.0%), 600만원 이상~800만원 미만인 30명(13.0%), 1000만원 이상이 10명(4.3%), 800만원 이상~1000만원 미만인 6명(2.6%) 순으로 나타났다.

IV. 연구결과 및 논의

1. 젊음추구

젊음추구에 대한 하위차원을 구분하기 위하여 Varimax에 의한 주성분분석을 한 결과는 <Table 1>과 같다. 공통값이 낮은 문항과 문항 간 관련성이 적은 한 문항을 제외시키고 총 15문항을 고유값 1을 기준으로 분석한 결과 3요인이 추출되었다. 이들 세 요인에 의한 총 분산의 설명력은 63.830%로 나타났다. 젊음추구에 대한 확인적 요인분석 결과는 $\chi^2=248.78(df=87, p=.000)$, $GFI=.888$, $AGFI=.846$, $CFI=.914$, $RMR=.045$ 으로 기준치($\geq .90$ 이 바람직)를 충족시키지 못하고 있는 지수들도 있으나 대체로 다른 지수들이 모두 기준치를 충족하고 있어 측정모형은 전반적으로 타당성이 있는 것으로 나타났다. 이들 3요인은 외생변수들이 서로 명확히 구별되고 있기 때문에 개념타당성이 검증된 것을 확인하였다. 또한 각 요인의 문항 간 내적일관성을 살펴보기 위하여 크론바하 알파(Cronbach's α)값을 통하여 확인한 결과 .787~.871로 나타나 개념에 대한 측정문항의 신뢰성과 집중타당성(convergent validity)을 갖는 것을 확인할 수 있었다(Lee & Im, 2008).

요인1은 사회적 관계 속에서 발생할 수 있는 내용 혹

은 능력들을 나타내고 있어 '사회적 요인'으로 명명하였으며, 총 분산의 24.722%를 설명하였다. 이를 통하여 젊음추구가 단순히 개인의 심리적 만족을 얻기 위한 것뿐 아니라 사회적 관계에서도 일종의 혜택이 작용할 수 있다는 소비자들의 인식이 기저에 나타나고 있는 것으로 볼 수 있다. 또한 우리 사회에서 젊다는 것 또는 젊어 보인다는 것에 대한 다차원적 요인이 존재하고 있음을 나타내고 있다. 이러한 결과는 중노년여성들이 사회적 기대에 부응하기 위해서 외모를 가꾸며, 나이들어서 인한 부정적 인식을 줄이기 위해 젊게 보이고자 노력한다는 Song(2012)의 연구결과와 일치되는 결과를 나타내고 있다.

요인2는 외모가 주는 심리적인 혜택과 관련된 문항들을 포함하고 있어 '심리적 요인'으로 명명하였고, 총 분산의 19.664%를 설명하였다. 특히 중년여성들의 경우 신체적, 정신적, 심리적으로 많은 변화를 겪는 시기이기 때문에 심리적 요인 차원이 도출된 것으로 판단된다. Winterich(2007)는 자아정체성의 근원이 외모인 사람의 경우 나이가 들면서 몸이 변해가는 것에 대한 심리적 영향을 더 크게 받는다고 하여 젊음을 유지하거나 더욱 젊어 보이고자 하는 데에 있어 심리적인 요인이 작용하고 있음을 지적하였다. 또한 젊음추구의 결과로 나타나는 외모향상은 자기만족이나 스트레스 감소, 자신감향상과

Table 1. Factor analysis of youth-pursuing

Factor	Item	Factor loading	Eigen value	Variance (%) (cum. %)	Cronbach's α
Social	many advantages in external relationships	.775	3.708	24.722 (24.722)	.870
	positive feedback (economics, personality, ability)	.769			
	fresh and a new one can be a challenge (work, voluntary service, hobby, computer, drive)	.730			
	helpful for social life	.648			
	better work physically	.636			
Psychological	ability	.626	2.950	19.664 (44.386)	.871
	life is vibrant and delightful	.783			
	gives confidence in life	.772			
	helpful for mental health	.770			
	not to become helpless	.679			
Appearance	want to hear more beautiful compared to age	.821	2.917	19.444 (63.830)	.787
	want to look younger	.774			
	do not want to admit my advancing years (wrinkles, fattiness, loss of elasticity, and body shape changes)	.634			
	want to look more attractive to others	.619			
	believed to be good at self-management	.577			

같은 심리적인 변화에도 영향을 주는 것으로 나타난 Lee and Koh(2006)의 연구결과를 지지한다.

요인3은 노화로 인한 외모의 변화 그 자체와 외적으로 보여지는 부분들과 관련된 문항들이 주로 포함되어 있어 ‘외모적 요인’으로 명명하였으며, 총 분산의 19.444%를 설명하였다.

이러한 요인의 분류는 중년여성들이 삶에서 추구하는 젊음이라는 가치와 관련된 것으로 실제나이보다 어리게 느끼려는 노력의 심리적 측면과 외모관리를 통해 젊게 보이려는 외적인 면, 그리고 컴퓨터와 인터넷 사용의 능숙함과 관련된 능력과 같은 사회적 측면이 있음을 제시한 Lee and Kim(2012)의 연구결과를 지지해주고 있다.

2. 외모관리행동

외모관리행동에 대한 하위차원을 구분하기 위하여 Varimax에 의한 주성분분석을 한 결과는 <Table 2>와 같다. 공통값이 낮은 문항과 문항 간 관련성이 적은 문항들을 제외시키고 총 12문항을 고유값 1을 기준으로 분석한 결과 3요인이 추출되었다. 이들 세 요인에 의한 총 분산의 설명력은 60.225%로 나타났다. 외모관리행동에 대한 확인적 요인분석 결과는 $\chi^2=107.110(df=51, p=.000)$, GFI=.932, AGFI=.896, CFI=.942, RMR=.049으로 기준치($\geq .90$ 이 바람직)를 충족시키지 못하고 있는 지수들도 있으나 대체로 다른 지수들이 모두 기준치를 충족하고

있어 측정모형은 전반적으로 타당성이 있는 것으로 나타났다. 이들 3요인은 외생변수들이 서로 명확히 구별되고 있기 때문에 개념타당성이 검증된 것을 확인하였다. 또한 각 요인의 문항 간 내적일관성을 살펴보기 위하여 크론바하 알파값을 통하여 확인한 결과 .697~.801로 나타나 개념에 대한 측정문항의 신뢰성과 집중타당성을 갖는 것을 확인할 수 있었다(Lee & Im, 2008).

요인1은 피부관리와 메이크업과 관련된 내용들로 구성되어 ‘피부 및 메이크업’으로 명명하였으며, 총 분산의 22.563%를 설명하고 있는 것으로 나타났다. 피부관리와 메이크업은 주로 안면부위에 실시하는 외모관리행동으로 이들을 각각 다른 행위로 분리하기보다는 한 범주로 인식하고 있는 것으로 나타났다. 대부분의 선행연구에서는 피부관리와 메이크업을 각각의 외모관리행동 요인으로 측정하여 본 연구결과와 다소 다른 결과를 나타내고 있었다(Jeon & Chung, 2010; Park, 2012).

요인2는 의복 및 패션소품과 관련된 내용들로 구성되어 ‘의복 및 소품’으로 명명하였으며, 총 분산의 20.827%를 설명하고 있는 것으로 나타났다.

요인3은 헤어스타일링이나 헤어관리와 관련된 내용들로 구성되어 ‘헤어’로 명명하였으며, 총 분산의 16.835%를 설명하고 있는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 J. W. Kim(2010)의 연구에서 헤어와 화장이 하나의 요인으로 나타난 것과는 다소 다른 결과를 나타내었는데, 이는 J. W. Kim(2010)의 연구에서는 피부관리에 대한 문항들이 포함되지 않아 신체의 상부에 해당되는 안면부위와 헤

Table 2. Factor analysis of appearance management behavior

Factor	Item	Factor loading	Eigen value	Variance (%) (cum. %)	Cronbach's α
Skin & make-up	I use skin care or have a massage.	.746	2.708	22.563 (22.563)	.801
	I use functional cosmetics for UV protection, whitening, and anti-wrinkle.	.733			
	I have to wear make-up every day.	.691			
	I have experienced trendy makeup.	.641			
	I use a dermatologist and a skin care shop for skin care.	.630			
Clothes & accessories	I try to wear clothes well.	.765	2.499	20.827 (43.390)	.785
	I am concerned with what kind of clothes are popular.	.742			
	I try to buy the most beautiful clothes.	.725			
	I consider the overall harmony with other fashion accessories (hat, bag, and shoes).	.717			
Hair	I use hair products for hair styling (hair gel, hair essence, and hair spray).	.781	2.020	16.835 (60.225)	.697
	I care to use hair and scalp care.	.751			
	I have a fashionable hairstyle (perm, haircut, and hair coloring).	.650			

어부분이 하나의 요인으로 도출된 것으로 판단된다.

3. 젊음추구와 외모관심도

젊음추구가 외모관심도에 미치는 영향을 분석하기 전 외모관심도의 평균을 구한 결과 M=3.549로 나타나 중년 여성의 외모에 대한 관심도가 평균 이상인 것으로 나타났다. 젊음추구의 하위차원들을 독립변인으로 하고 외모관심도를 종속변인으로 하여 회귀분석을 실시한 결과는 <Table 3>과 같다.

회귀분석 결과 젊음추구의 사회적, 심리적, 외모적 요인은 외모관심도에 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 이들 세 요인 중 외모적 요인이 외모관심도에 미치는 영향이 가장 높은 것으로 나타나 외모적으로 젊어보이거나 보다 매력적으로 보이고 싶을수록 외모관심도가 높은 것으로 나타났다. 외모적 요인 다음으로는 사회적, 심리적 요인 순으로 외모관심도에 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 이들 세 차원의 외모관심도에 대한 설명력은 40.2%로 나타났다.

4. 젊음추구와 외모관리행동

젊음추구가 외모관리행동에 미치는 영향을 분석하기

위하여 젊음추구의 하위차원들을 독립변인으로 하고 외모관리행동을 종속변인으로 하여 회귀분석을 실시한 결과는 <Table 4>와 같다. 회귀분석 결과 젊음추구의 외모적 요인만이 외모관리행동에 유의미한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

외모적 요인은 의복 및 패션소품($\beta=.421, p<.001$), 피부 및 메이크업($\beta=.419, p<.001$), 헤어관리행동($\beta=.411, p<.001$)에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 의복 및 패션소품에 대한 설명력은 32.5%, 피부 및 메이크업은 19.9%, 헤어에 대해서는 13.2%의 설명력을 나타내고 있었다. 실제로 직장인을 대상으로 한 조사에서 실제나 이보다 젊게 살기 위한 노력의 방법으로 가장 많은 응답을 차지한 것은 젊어 보이는 옷차림을 선택하는 것 (46.6%)으로 나타나(“직장인 셋 중 둘 [Two out of three workers]”, 2008) 본 연구결과와 일치하는 견해를 나타내고 있었다. Park(2012)의 연구에서는 50대 이상 여성의 경우 피부관리, 모발관리, 메이크업 순으로 외모관리행동이 높으며, 다른 연령대에 비해 체형관리와 모발관리를 더 많이 하는 것으로 나타났다.

5. 외모관심이 외모관리행동에 미치는 영향

외모관심이 외모관리행동에 미치는 영향을 파악하기

Table 3. Regression of appearance concern and youth-pursuing

Dependent variables	Independent variables	β	t	R^2	F
Appearance concern	social	.180	2.576*	.402	57.531***
	psychological	.168	2.475*		
	appearance	.397	6.526***		

* $p<.05$, *** $p<.001$

Table 4. Regression of youth-pursuing and appearance management behavior

Dependent variables	Independent variables	β	t	R^2	F
Skin & make-up	social	.087	1.080	.199	21.852***
	psychological	-.029	-.372		
	appearance	.419	5.951***		
Clothes & accessories	social	.114	1.538	.325	41.470***
	psychological	.123	1.707		
	appearance	.421	6.519***		
Hair	social	.050	.593	.132	13.736***
	psychological	-.150	-1.825		
	appearance	.411	5.616***		

*** $p<.001$

위하여 외모관심을 독립변인으로 외모관리행동을 종속변인으로 하여 회귀분석을 실시한 결과는 <Table 5>와 같다.

회귀분석 결과 외모관심은 패션($\beta=.754, p<.001$), 피부 및 메이크업($\beta=.520, p<.001$), 헤어($\beta=.308, p<.001$) 각각의 외모관리행동에 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났으며, 외모관리행동 중 패션에 대한 외모관심의 설명력은 56.6%, 피부 및 메이크업에 대한 설명력은 26.8%, 헤어에 대한 설명력은 9.1%로 나타났다. 이러한 결과는 40~64세의 중년여성을 대상으로 한 Jeon and Chung(2010)의 연구결과에서 외모관심이 피부관리, 헤어관리, 미용성형수술, 패션제품, 기능성 화장품, 헬스/요가의 외모관리행동에 유의한 영향을 미친다고 한 연구결과를 지지해주는 결과라 할 수 있다. 또한 20~50대를 대상으로 한 Lee and Ku(2009)의 연구에서 외모관심이 외모관리행동에 높은 영향관계(경로계수=.849)를 나타낸다는 연구결과를 지지해주고 있어 젊은 연령대뿐 아니라 40대 이후의 중년여성들도 외모에 대한 관심이 외모관리행동에 영향을 주고 있음을 나타내고 있다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 중년여성을 대상으로 젊음추구가 외모관심과 외모관리행동에 미치는 영향을 파악하고자 실행되었다. 본 연구의 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 젊음추구는 사회적, 심리적, 외모적 요인의 3차원으로 구분되었다. 이들 각 요인은 외모관심에 통계적으로 유의한 영향을 미치고 있었으며, 특히 외모적 요인이 가장 큰 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

둘째, 외모관리행동은 피부 및 메이크업, 패션, 헤어의 3차원으로 구분되었으며, 젊음추구요인 중 외모적 요인만이 각각의 외모관리행동에 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 외모적 요인은 외모관리행동 중 패션에 가장 큰 영향력을 미치고 있었으나 피부 및 메이크업과 헤어요인에서도 비슷한 수준의 영향력을 미치고 있는 것으로 나타났다. 이러한 결과를 볼 때, 다양한 외모관리

행동이 동시 다발적으로 나타나고 있음을 추론할 수 있었다.

셋째, 외모관심은 피부 및 메이크업, 패션, 헤어의 외모관리행동에 모두 통계적으로 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났으며, 특히 패션에 대하여 가장 큰 영향력을 미치고 있는 것으로 나타났다.

본 연구결과들을 종합해 볼 때, 중년여성들의 젊음추구요인 중 외모적 요인은 Kim and Hwang(2008)의 연구결과에서도 나타난 것처럼 여성들의 외모관리행동이 사회, 문화적 맥락에서 타인에 의한 평가 즉 사회가 요구하는 객관적인 신체기준에 따라 자신을 대상화하기 때문에 나타난다고 한 결과와 연관성을 맺고 있다. 즉, 나이가 들어도 외모적으로 타인의 긍정적 평가를 얻기 위해 사회가 요구하는 신체적 기준 및 매력성을 유지하기 위해 젊음추구가 나타난다는 결과가 도출된 것이다. 그러나 본 연구에서 나타난 것처럼 중년여성의 젊음추구가 외모적 요인에 의해서만 나타나는 것이 아니라 사회적, 심리적 요인에 의한 작용도 있다는 사실을 실증적으로 검증할 수 있었다. 이러한 결과는 젊어보이는 외모를 통해 자신감이나 삶의 활력을 높이고자 하는 내재적 욕구가 발현된 것으로 보인다. Lee and Ku(2006)은 사회적 자기효능감이 외모관심, 외모만족, 외모관리행동에 모두 직접적인 영향을 미치는 것으로 나타났으나 본 연구를 통해 볼 때, 중년여성의 경우 젊음추구에 대한 인식이 외모관심이나 외모관리행동이라는 행동을 불러일으켜 결과적으로 자신감이나 자기효능감 등에도 영향을 미칠 수 있음을 나타내고 있다. 이러한 결과는 청소년들을 대상으로 한 Ha and Han(2013)의 연구결과 얼굴, 피부, 몸매에 대한 만족도가 행복감에 직접적인 영향을 준다는 결과와도 연관성을 갖는 결과라 할 수 있다. 중년여성의 경우 젊어 보인다는 개인의 평가 및 타인에 의한 평가는 외모에 대한 만족도를 증가시키는 결과를 나타내기 때문이다. 따라서 추후에는 중년여성들의 젊음추구로 인한 외모관심이나 외모 관련 소비행동뿐 아니라 내적 변화(자기효능감, 자신감, 행복감 등)에 대한 연구가 보다 심층적으로 이루어져야 할 것으로 판단된다.

Table 5. Regression of appearance concern and appearance management behavior

Dependent variables	Independent variables	β	t	R^2	F
Skin & make-up	appearance concern	.520	9.654***	.268	93.200***
Clothes & accessories		.754	18.170***	.566	330.142***
Hair		.308	5.127***	.091	26.282***

*** $p<.001$

뿐만 아니라 중년여성의 경우 미디어의 영향으로 젊어 보이고자 하는 욕구가 커지면서(Barak et al., 2001) 이를 극복하고자 외모에 대한 관심 및 외모관리행동이 높아지는 것으로 보이므로 미디어에 대한 영향에 대한 연구도 면밀하게 이루어져야 할 것으로 보인다. 또한 중년여성층에서 뿐만 아니라 ‘젊음’이 단순히 연령의 문제가 아닌 ‘젊게 사는 것’, ‘젊어 보이는 것’, ‘젊다는 기분을 느끼는 것’이라는 라이프스타일 측면(Jun, 2012)에서의 소비행동에 관한 논의도 지속적으로 이루어져야 할 것이다. 본 연구결과는 젊음추구가 전 연령층의 관심 이슈가 된 사회적 배경에서 외모적인 측면뿐 아니라 사회적, 심리적 측면이 함께 고려되었다는데 의의를 두고자 한다. 뿐만 아니라 젊음과 관련한 연구가 매우 미흡한 시점에서 중년여성을 대상으로 젊음에 대한 현상을 이해하는데 기초적인 틀을 제시하였다는데 의의가 있다. 다만 본 연구가 지역적으로 한정되어 표집되었으므로 향후에는 보다 폭넓은 지역과 계층 및 노년층도 포함한 연구가 진행되길 기대한다. 본 연구결과를 바탕으로 보다 확장된 연구를 통하여 중년 이후 여성들의 세분화된 연령에서의 젊음추구에 대한 인식, 외모관리행동, 심리적 변인들과의 관련성 등과 같은 다양한 연구들이 진행되길 기대하며 특히 중년여성들을 대상으로 한 새로운 니치마켓 발굴 및 신상품 개발과 같은 마케팅 전략 수립에 많은 도움이 되길 기대한다.

References

- An, N. Y. (2007). *The effects of sociocultural attitudes toward appearance and objectified body consciousness on appearance-management behaviors*. Unpublished master's thesis, Chonnam National University, Gwangju.
- An, S. H. (2011). 뉴시니어 세대의 3대 키워드 [Three keywords of new senior generation]. *Samsung Economic Research Institute*, 96, 1-12. Retrieved December 18, 2012, from http://www.seri.org/db/dbReptV.html?g_menu=02&s_menu=0212&pubkey=db20110324001
- Barak, B., & Gould, S. (1985). Alternative age measures: A research agenda. *Advances in Consumer Research*, 12(1), 53-58.
- Barak, B., Mathur, A., Lee, K., & Zhang, Y. (2001). Perceptions of age-identity: A cross-cultural inner-age exploration. *Psychology & Marketing*, 18(10), 1003-1029.
- Barak, B., & Schiffman, L. G. (1981). Cognitive age: A non-chronological age variable. *Advances in Consumer Research*, 8(1), 602-606.
- Cash, T. F. (1990). The multidimensional body-self relations questionnaire. In J. K. Thompson (Ed.), *Body image disturbance-Assessment and treatment* (pp. 125-129). New York: Pergamon Press.
- Cha, Y. R., Kim, K. B., & Jeon, K. S. (2007). An analysis of social role and satisfaction of Korean middle-aged women. *The Korean Journal of Woman Psychology*, 12(3), 299-313.
- Cho, M. Y. (1999). *A study on the deconstruction of hairstyle*. Unpublished master's thesis, Sejong University, Seoul.
- Cox, C. L., & Glick, W. H. (1986). Resume evaluations and cosmetics use: When more is not better. *Sex Roles*, 14(1/2), 51-58.
- Field, T., & Grizzle, N. (1996). Massage and relaxation therapies' effects on depressed adolescent mothers. *Adolescence*, 31(124), 903-911.
- Graham, J. A., & Jouhar, A. J. (1981). The effects of cosmetics on person perception. *International Journal of Cosmetic Science*, 3(5), 199-210.
- Ha, K. Y., & Han, B. H. (2013). Research on correlations between the appearance satisfaction level (face, skin, and body), self-esteem and the feeling of happiness according to demographic characteristics: With high school students in Jinju region. *Journal of fashion business*, 17(5), 14-30. doi:10.12940/jfb.2013.17.5.14
- Hassion, R., & Trope, Y. (2000). Facing face: Studies on the cognitive aspects of physiognomy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78(5), 837-852.
- Hong, B. S., Paik, I. S., Lee, E. J., & Park, S. H. (2007). The effect of media and appearance concern on appearance management of workers. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 31(4), 624-632.
- Hong, K. H. (2006). The influence of the sociocultural attitudes towards appearance, BMI and body image on self-esteem. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 30(2), 348-357.
- Hong, K. H. (2010). The influence of middle aged women's TV media involvement on difference age, youth-pursuing clothing behaviors and fashion leadership. *Journal of the Korean Society for Clothing Industry*, 12(3), 310-317.
- Hurlock, E. B. (1978). *Developmental psychology* (4th ed.). New Delhi: Tata Mcgraw-hill.
- Im, J. M., & O, I. Y. (2010). A study on old aged women's appearance concern and behavior of appearance care. *Journal of the Korean Society of Cosmetology*, 16(2), 475-486.
- Jeon, H. J. (2010). *The effects of sociocultural attitudes toward appearance, objectified body consciousness, and body esteem on appearance management behavior*. Unpublished doctoral dissertation, Chonnam National University, Gwa-

- ngju.
- Jeon, H. J., & Chung, M. S. (2010). The influence of a physical-related stress and appearance concern on appearance management behavior of middle-aged women. *Journal of the Korean Society of Cosmetology*, 16(2), 466–474.
- Jeong, Y. H. (2008). *A study on effectiveness of makeup for image making-Based on woman undergraduates, career women and housewives in their 20's to 40's across domestic urban areas*. Unpublished master's thesis, Sookmyung Women's University, Seoul.
- Jun, H. K. (2012). *'Age-gender regime' and women's age: Thinking the political implication of ageing experiences in terms of narrative time*. Unpublished doctoral dissertation, Ewha Womans University, Seoul.
- Jun, J. H. (2010). *An exploratory study on value-conscious consumption: Relationship between value and ambivalent clothing consuming behavior*. Unpublished doctoral dissertation, Chungnam National University, Daejeon.
- Jung, C. J., & Park, J. O. (1996). Apparel shopping orientations and importance of store attributes related to cognitive age of the elderly consumers. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 20(1), 28–42.
- Kang, C. G. (2012). 화장품: 하이테크와 감성의 접목 [Cosmetic: Combined with high-tech and the sensitivity]. *SERI Management Notes*, 138, 1–11. Retrieved February 23, 2013, from http://www.seri.org/db/dbReptV.html?g_menu=02&s_menu=0212&pubkey=db20120209001
- Kang, S. K. (2004). *Facial skin conditions and its associated factors in some middle-aged women*. Unpublished doctoral dissertation, Chosun University, Gwangju.
- Kennedy, F. (1981). *The fashionable mind*. New York: Knopf.
- Kim, H. H., & Kim, Y. S. (2007). A study on the satisfaction of face and make-up behavior according to lifestyles of middle aged women. *Journal of the Korean Society of Costume*, 57(5), 99–111.
- Kim, J. S. (2006). *A study on the spending behaviors, related to the cognitive age of the consumers in the elderly generation-Mainly on the aspects of the propensity to purchase and different types of lifestyles*. Unpublished doctoral dissertation, Sookmyung Women's University, Seoul.
- Kim, J. W. (2010). *The correlation of the body image satisfaction and the appearance caring behavior of mid-aged women regarding the propensity to narcissism*. Unpublished doctoral dissertation, Daegu Haany University, Daegu.
- Kim, K. K., Lee, K. S., & Chung, M. S. (2001). The effect of multiple body image on clothing behavior. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 25(2), 358–365.
- Kim, N. H. (2010). *A study on beauty trend and reception behavior under baby face fever-Focusing on make-up and cosmetics industry*. Unpublished master's thesis, Seokyeong University, Seoul.
- Kim, R. S. (2011). *Policy networks analysis about nurture of beauty industry*. Unpublished doctoral dissertation, Hoseo University, Seoul.
- Kim, S. W., & Lee, Y. R. (2012). What is beauty?-The aesthetic cognition of Korean women in their 20s and 30s. *Journal of Consumer Studies*, 23(2), 351–382.
- Kim, Y., & Hwang, S. J. (2008). Effects of socio-cultural pressure and objectified body consciousness on the behavior of women for appearance management. *Journal of the Korean Society of Costume*, 58(10), 112–122.
- Kim, Y. J., & Kahng, H. W. (1992). The effect of clothing satisfaction, body cathexis, and school achievement related to social self-esteem. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 16(2), 197–209.
- Kwak, H. S., & Lim, I. S. (1999). A study on the development of hair design works based on morphological approach. *Journal of the Korean Society of Cosmetology*, 5(1), 23–37.
- La, G. J. (1989). *The rate of concern about impression building: Costume and hairstyle (for college women in Gwangju)*. Unpublished master's thesis, Chosun University, Gwangju.
- Lee, E. S., & Ahn, S. A. (2005). Ego integrity, appearance behavior, health, and demographic variables of elderly women. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 43(12), 153–163.
- Lee, H. O., & Ku, Y. S. (2006). A study on the motives of women's appearance-management behavior-Focusing on plastic surgery and obesity treatment-. *Journal of the Korean Society for Clothing Industry*, 8(1), 113–122.
- Lee, H. O., & Ku, Y. S. (2009). A structural study on social self-efficacy, appearance concern, body cathexis, appearance management behavior. *Journal of the Korean Society for Clothing Industry*, 11(2), 271–277.
- Lee, H. O., & Park, K. A. (2000a). Appearance satisfaction of female consumers: Toward the relationships with appearance types and perceptions. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 38(7), 93–102.
- Lee, H. O., & Park, K. A. (2000b). Segmentation of the cosmetics market: Based on consumer usage behavior. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 24(4), 560–570.
- Lee, H. S., & Im, J. H. (2008). 구조방정식 모형분석과 AMOS 7.0 [Structural equation modeling with AMOS 7.0]. Paju: Bobmunsa.
- Lee, J. H., & Kim, S. W. (2012). Qualitative research on Korean baby-boomer generation middle-aged women's atti-

- tude toward their lives-Based on middle-class Seoul residents-. *Asia Marketing Journal*, 14(2), 127-156.
- Lee, J. Y. (2003). *The effect of body image on clothing behavior and weight control of middle aged women*. Unpublished master's thesis, Konkuk University, Seoul.
- Lee, J. Y. (2012). *A study on women's appearance management behavior related to self-esteem and information search*. Unpublished master's thesis, Sookmyung Women's University, Seoul.
- Lee, M. H., & Lee, E. S. (1997). A study on appearance interest and self-confidence of elderly women associated with demographic variables. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 21(6), 1072-1081.
- Lee, S. G., & Koh, A. R. (2006). A qualitative approach of appearance-enhancement seeking behavior. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 30(1), 59-70.
- Lee, W. J. (2003). *The effects of make up in the aged women's psychological well-being*. Unpublished master's thesis, Catholic University of Daegu, Daegu.
- Lennon, S. J., Rudd, N. A., Sloan, B., & Kim, J. S. (1999). Attitudes towards gender roles, self-esteem, and body image: Application of a model. *Clothing and Textiles Research Journal*, 17(4), 191-202.
- Myerson, L. (1955). Somatopsychology of physical disability. In W. M. Cruickshank (Ed.), *Psychology of exceptional children and youth* (pp. 1-74). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Park, K. H. (2012). Correlations among cognitive age, socio-cultural attitudes towards appearance, and appearance management behavior. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 36(7), 756-766. doi:10.5850/JKST.2012.36.7.756
- Rudd, N. A., & Lennon, S. J. (1994). Aesthetics of the body and social identity. *ITAA Special Publication & Monographs*, 7, 163-175.
- Shim, J. H., & Park, S. J. (2007). A study of the middle-aged women's clothing attitudes depending on their somatotype. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 31(1), 33-43.
- Shin, H. B., Lee, K. R., & Lim, S. J. (2003). A study on middle-upper class older female consumer's lifestyle characteristics and purchasing behavior of clothing. *Journal of the Korea Gerontological Society*, 23(4), 1-16.
- Shin, J. Y. (2009). *A study on awareness of medical skincare and satisfaction*. Unpublished master's thesis, Sookmyung Women's University, Seoul.
- Smith, R. B., & Moschis, G. P. (1984). Consumer socialization of the elderly: An exploratory study. *Advances in Consumer Research*, 11(1), 548-552.
- Song, Y. J. (2012). Breaking age barriers: Adornment of middle-aged and elderly women. *Journal of Social Research*, 13(2), 83-111.
- Wilkes, R. E. (1992). A structural modeling approach to the measurement and meaning of cognitive age. *Journal of Consumer Research*, 19(9), 292-301.
- Winterich, J. A. (2007). Aging, femininity, and the body: What appearance changes mean to women with age. *Gender Issues*, 24(3), 51-69. doi:10.1007/s12147-007-9045-1
- Woo, S. B., & Park, E. A. (2008). 1318, 실버의 소비와 구매행태 [Consumption and purchasing behavior of 1318, silver]. *ADInformation*, January, 81-83. Retrieved November 9, 2012, from https://www.kobaco.co.kr/information/adinfo/html/200801/080_%C7%D1%B1%B9%C0%CE%BC%D2%BA%F1%C6%AF%BC%BA.html
- 안티에이징 [Anti-aging]. (2010). *IOPE*. Retrieved June 1, 2012, from http://www.iope.co.kr/ko/counseling/skin_report/report_view6.html
- 올 한 해 여자들의 시선, 건강하고 투명한 피부 [Attention of women in this year, healthy and clear skin]. (2007, December 21). *The Kyunghyang Shinmun*. Retrieved May 29, 2012, from http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?code=900303&artid=200712211002402
- 직장인 셋 중 둘 '젊게 살려는 노력' [Two out of three workers 'effort for living younger']. (2008, January 2). *Hankyoreh*. Retrieved December 3, 2009, from http://www.hani.co.kr/arti/economy/economy_general/260_629.html